

# Ma marque<sup>©</sup> à moi

Développez votre  
**marque personnelle**  
en huit étapes

Thierry do Espirito

Editions Numériques Ted & Eux

# Ma marque<sup>©</sup> à moi

## **Rédaction**

Thierry do Espirito

## **Sur une idée de**

Thierry do Espirito et Marc Traverson

**Design titre** : Monica Dupont

Tous droits réservés - Reproduction, duplication et diffusion interdites,  
sous toutes formes ou tous supports. (code de la propriété intellectuelle,  
articles L. 122-4, 122-5, L. 335-2)

Mars 2009 - TdE - 54 rue Etienne Marcel - 75002 - Paris

**[www.mamarqueamoi.com](http://www.mamarqueamoi.com)**

# Ma **marque**® à moi

## en huit étapes

### **Je veux vivre ma vie** 9

Se réaliser - Devenir acteur - Changer maintenant -  
Oser parler de soi - Jouer pour bouger - Agir pour le plaisir.

### **Je laisse parler mes envies** 23

Rêver, c'est vital - Donner vie à ses projets - Aller plus loin -  
Vivre ses passions.

### **Je sais qui je suis** 33

Le fil d'or de la Marque - Une image qui motive -  
Les trois dimensions de la Marque - Faire parler de soi

### **Je me laisse regarder** 45

La première impression - Les raccourcis de la Marque -  
Mettre en avant ses "produits" - Un slogan qui marque -  
Faire sa pub

### **Je construis mon réseau** 63

Vertige des grands groupes - Un réseau pour sa Marque -  
Multiplier les contacts - Créer un événement - Les vœux ou  
comment s'en servir - Réussir son déjeuner -  
Le "Schmoozing" - Donner et recevoir

**J'apprivoise le virtuel** 83

Le virtuel pour les nuls - Pro ou perso, faut-il choisir ? -  
Gérer sa réputation - Créer et animer des groupes -  
Rester en veille - Créer son blog

**Je cultive mes atouts** 99

L'écoute active - Laisser parler son intuition -  
De l'intérêt de faire confiance aux autres

**Je passe à l'action** 109

Ecrire son projet - Se décider à changer -  
Faire son bilan personnel - Exemples de jeux -  
Echanger sur son projet - Soigner sa présentation -  
Se montrer - Choisir ses réseaux - Créer un événement -  
Etre à l'aise avec les rituels - Suivre les résultats -  
Le délicieux frisson de l'action

**Des marques personnelles célèbres** 128

# Ma **marque** à moi

J'ai l'ambition de me réaliser, dans toutes mes dimensions, privées comme professionnelles. Je veux qu'on puisse me repérer facilement dans la masse d'individus et d'informations qui nous environnent. Je souhaite mettre en avant ma personnalité, mes talents, mes expertises, mon savoir faire, mes différences, en un mot tout ce qui me rend unique aux yeux des autres.

Ma Marque Personnelle, c'est la synthèse visible de toutes ces aspirations. Elle me permet de communiquer efficacement sur moi et sur mon projet de vie. Pour cela, je dois savoir ce que je suis maintenant et ce que je veux devenir demain. Cela implique de laisser parler mes rêves, mes envies, mes émotions, de faire émerger peu à peu mon projet. Je dois aussi m'affranchir des limites que je me fixe (ou qu'on me fixe) habituellement...

Cela suppose aussi de mieux me connaître, de développer ma confiance en moi, de savoir me montrer et me mettre en avant en images, en mots et en actions... J'irais ensuite plus aisément à la rencontre des réseaux, réels ou virtuels, qui vont donner l'écho qui convient à ma singularité. Je vais aussi apprivoiser les outils qui aident à manager de façon autonome ma réputation, ma notoriété, mon image : blogs, réseaux sociaux, sites de partage, etc.

Les clés de ma démarche seront la franchise, qui conduit à assumer l'ensemble des facettes de ma personnalité, et la détermination, qui m'aidera à éviter les obstacles rencontrés sur ma route. Mais j'aurai avec moi des atouts qui font la différence : l'intuition, l'écoute active, la confiance envers les autres...

Ce livre est un alliage subtil de techniques de développement personnel et d'outils pour bien communiquer sur moi. Il invite à la prise de conscience, au changement, au passage à l'action.

# J'ose parler de **moi**

A un moment ou à un autre, j'ai besoin de parler de moi, et je devrais oser me mettre en avant. Mais une timidité travestie en modestie confite, une angoisse malade, un manque de charisme ou une assurance défaillante me commandent d'éviter de me retrouver sur le devant de la scène. La timidité ou la modestie sont parfois le signe d'un ego qu'il ne faudrait pas pousser beaucoup pour s'affirmer haut et fort, jusqu'à l'arrogance. Dans d'autres cas, c'est une certaine éducation qui s'en est mêlée, ne reconnaissant pas, voire bridant mon aspiration d'enfant à me mettre en valeur aux yeux des adultes. Ces réticences viennent de loin : il ne suffira pas qu'on me pousse dans le dos pour monter sans crainte les marches vers le rond de lumière environné par mille paires d'yeux, même virtuels. Mais en énonçant ces réticences, j'ébauche aussi des solutions. Oser devient plus simple car plus objectif.

« *Parler de moi ? Mais pour dire quoi ?* ». Cette simple phrase indique d'emblée qu'on va tenter de se dissimuler derrière son projet, son chef, son entreprise, son statut, son expertise. Les autres ont pourtant besoin de vous connaître. Il est facile de céder à cette demande somme toute compréhensible. C'est humain : nous-mêmes, nous cherchons à savoir qui sont ces femmes et ces hommes, derrière les visages de nos relations courantes. Cela ne doit pas être perçu comme malveillant ou intrusif

« *Parler de moi ? Mais jusqu'où ?* ». Vais-je devoir céder une part de mon intimité ? Nullement : je trace cette frontière en la faisant passer là où je le veux. C'est d'ailleurs une excellente prise de position qui va dans le sens de ma marque personnelle.

« *Parler de moi ? Mais pourquoi moi ?* ». La singularité, justement, la voilà. Composante essentielle de la marque personnelle, elle y trouvera matière à s'exprimer. Le discours sur soi offre une excellente occasion de se différencier, de préciser mes contours, d'afficher mes différences et mes aspérités.

«Parler de moi ? Mais les autres en parlent mieux que moi». Oui, mais le font-ils bien ? Si c'est le cas, laissons aux autres le soin ébaucher mon portrait collectif, chacun donnant sa pierre à cet édifice collaboratif. Ou bien je reprends ce qui est dit sur moi sous forme de citations, avec mes commentaires.

▶ **Je me prête à l'exercice de façon naturelle, franche, simple, précise.** J'y aurai donc réfléchi au préalable. Je sais ce que je vais dire si je dois me présenter, afin de ne pas être pris de court et de m'y prêter avec aisance.

▶ **Je fais la part des choses,** entre mon personnage public et mon personnage privé.

▶ **J'affirme ma singularité, ce qui fait de moi un être différent.**

▶ **Je m'appuie sur ma perception et celle des autres.** Autant d'éléments sur lesquels je peux agir, directement ou indirectement.

## Vivre mes **passions**

**Appelons-le David.** Grutier de son état, il habite dans les Landes. Son métier ? Piloter le bras de fer rotatif du chantier, qui hisse les charges au sommet et compose les structures. Sa passion ? La mer, les vagues, le vent, la vitesse, les rouleaux, les frissons... Tous les soirs, quittant son refuge des cimes, il rejoint le sable des plages toutes proches, avec leurs dunes mobiles battues et façonnées par les déferlantes aux liserés d'écume. Il a le grondement rythmé de l'océan comme référence sonore, et comme repères visuels la ligne d'horizon courbe, la direction des nuages ou l'orientation de la crête des vagues. Il ne pourrait vivre sans, mais il n'en vit pas pour autant. Au contraire : sa passion lui coûte, en temps, en matériel. Elle ne lui rapporte rien, hormis cette immense satisfaction lorsqu'il pose chaque soir, quand le temps le permet, sa planche de surf à plat sur l'élément liquide. Alors, dans la journée, il fait son métier avec application. Depuis sa cabine, tout là-haut, il n'est pas rare qu'il aperçoive l'océan...

**Appelons-là Cécile.** Infirmière par choix dans la région parisienne. Au plus profond d'elle-même, elle veut aider les gens. Dotée de capacités intellectuelles enviables, elle a pris le chemin d'une école d'infirmière, vers un diplôme plus facile à obtenir, mais surtout vers un métier plus attirant pour elle. Son univers est maintenant l'hôpital, ses couloirs, ses lits, sa lumière électrique verticale, ses odeurs âcres... Elle vit aux côtés des patients, reclus provisoires ou définitifs, dont elle est pour beaucoup le seul repère, le seul lien avec l'extérieur. Cette femme acariâtre s'apaise à son contact et retrouve des raisons d'aimer le genre humain grâce à cette jeune fille attentionnée qui prend soin d'elle sans céder à tous ses caprices, qui l'écoute sans se laisser bernier par ses histoires cousues de fil blanc. Qui le ferait ? Ce vieil homme sans famille et sans ami meurt, solitaire, au petit matin, en la sentant à ses côtés. Il part vers son éternité avec son seul visage penché sur lui, dernière image maternelle et protectrice d'un monde qui l'a depuis longtemps oublié. Qui l'aurait fait ? Ses jours de repos sont courts, son sommeil haché. Déjà, elle doit repartir, prendre sa voiture, oublier les week-ends, faire une croix sur ses nuits... Il faut aimer ça, disent les gens. Justement, c'est le mot : elle aime ça.

### ▶ **Je laisse la passion me porter**

Peu de choses sont capables de m'entraîner : amoureuse, professionnelle, intellectuelle, sportive, la passion m'emporte et me transporte. Cette belle émotion est plus forte que moi : elle occupe sans partage mon esprit, elle me conduit à céder à mon inclination sans pouvoir maîtriser cette attirance.

### ▶ **La passion me fait agir**

La raison ou la volonté sont inefficaces. D'ailleurs, à quoi bon s'opposer. Vouloir être, vouloir faire peut-il se concevoir sans passion ? La passion va de pair avec la réalisation de soi : si je la vis, elle comble mon existence. Plénitude, bonheur, satisfaction... Les promesses de la passion sont séduisantes. Elle me donne la volonté de faire, me procure le plaisir d'agir, me pousse à créer, à inventer. Moteur de mon histoire, mes passions donnent de la profondeur à mon vécu. Je fais ça pour ça, et je m'y emploie de toutes mes forces.

### ▶ **La passion me rend différent**

Je vis mes passions, et je peux aussi vivre de mes passions, travailler pour assumer ces envies profondes ou fondre en une même activité cette quête attractive et ce qui permet de subvenir à mes besoins. Sportif, chef d'entreprise, écrivain, enseignant, commercial, musicien, développeur... Chaque métier embarque son lot de passionnés qui conjuguent au quotidien les raisons de vivre et les moyens pour vivre. Il suffit que la passion soit là, que je l'ai laissée fleurir, s'épanouir en moi, qu'elle vive à mes côtés ou bien dans chacun de mes actes quotidiens, comme une référence, une boussole ou un aiguillon, pour que ma marque personnelle en bénéficie. Car elle me rend différent et ma nature s'impose aux autres sans effort, comme une évidence.

# Ma marque en 3D

Virtuelle ou réelle, ma marque personnelle se décline en trois dimensions.

## ▸ Ma notoriété

Combien de personnes me connaissent, se souviennent de moi, sont susceptibles de m'identifier si on les aide un peu ? Ma famille, mes amis, les amis de mes amis, mes relations personnelles et professionnelles. Mes voisins. Mes clients directs, les clients de la société ou de l'organisme dans lequel je travaille. Mes lecteurs. En reliant ces groupes, on obtient un groupe plus grand, rassemblant ceux qui connaissent mon nom à différents titres, en différents endroits, à différents moments.

Il y a évidemment un intérêt à être connu : on pensera davantage à moi, on se référera à moi quand il s'agira de faire appel à un(e) pro. Dans cette optique, l'objectif est d'être connu du maximum de gens appartenant au domaine qui m'intéresse, à tout le moins du plus grand nombre de gens qui comptent dans le domaine considéré.

## ▸ Ma réputation

C'est une notion plus qualitative : quelle opinion a-t-on de moi, que pense-t-on de mes actions, de mes expertises, de mes idées, de ma façon de faire, voire... de ma notoriété. La réputation est construite à partir de plusieurs éléments

- **Mon activité.** Ce que je fais, ce qui me donne mon statut, ma position sociale, ma légitimité, mon autorité morale. C'est sur ce socle que se construit la réputation. Par analogie avec les recherches sur internet, si la notoriété se déduit du nombre de pages qui parlent de vous. la réputation renvoie aux mots clés, donc aux activités sur lesquels vous êtes reconnu, apprécié... voire combattu.

- **Mes références** : ce sont les personnes, des organismes, des entreprises, qui sont capables de porter un jugement public sur vous. En quelque sorte des leaders d'opinion qu'on écoute quand il s'agit d'évaluer. Cette notion est intéressante : elle donne des preuves, des

garanties, qui seront jugées à l'aune de la réputation de ces mêmes références. Si celui qui dit du bien de moi est réputé, c'est nettement plus efficace que si c'est un illustre inconnu.

- **Mes publications** : ce sont les éléments qui médiatisent vos activités, qu'on contrôle directement (blog) ou indirectement (site communautaire, réseaux sociaux), ou qui sont produits de façon autonome (presse, télévision, radio...), en tout cas sans qu'on puisse ni susciter ni produire leur contenu.

### ▶ **Mon image personnelle**

Cette notion est autrement plus subjective. Il s'agit de la représentation qu'on a de soi ou que les autres ont de vous. Cette perception résulte d'éléments divers, à la fois matériels (allure, présentation, discours) et immatériels (charisme, autorité, qualités humaines, intelligence, sensualité). Les deux angles de représentations (mon point de vue, celui des autres) coïncidant rarement, il importe d'éviter un écart très important. Tout en sachant que l'image varie forcément selon l'angle et la proximité. Et qu'une partie de mon image m'échappe, forcément. Et qu'il faut vivre avec ça.

### ▶ **Je manage ma marque**

Dans la vie réelle, la gestion des dimensions est un travail de longue haleine, qui se pratique au quotidien : gestion de sa carrière, organisation et animation de ses réseaux physiques, relations publiques... Dans la sphère numérique, la maîtrise de ces trois dimensions est possible : l'essentiel des recherches sur les profils se pratiquant par le réseau, il faut être attentif à leur vibration. Internet offre un accès immédiat aux dimensions du profil sous toutes ses formes, ainsi que différents leviers pour peser dans un sens ou dans l'autre.

La publication autonome, via les blogs, est l'une des clés de la réussite. Un blog permet de s'emparer de certains sujets ou de certaines expertises, de faire autorité dans certains débats, de relayer des informations en leur donnant du sens. C'est aussi un outil idéal pour répon-

dre aux interrogations, questions ou attaques sur sa propre réputation, sa notoriété et son image.

La présence dans les réseaux sociaux est un autre levier qu'il faut manier avec rigueur et prudence. Ainsi, certains réseaux, comme Naymz, ont fait de la gestion de la réputation numérique leur marque de fabrique. Un algorithme complexe détermine votre "repscore", selon le nombre d'informations publiées et de références sur votre profil. Au-delà d'un certain niveau, une publicité à votre nom et prénom apparaît dans les pages de résultats Google sur les recherches vous concernant directement.

Pas si simple, cependant, car le modèle marchand associé ne se base pas sur beaucoup d'éléments qualitatifs. Qui pourra un jour mettre en équation le charisme ou le sens du relationnel ?

Dans ce domaine, la seule certitude vient de l'esprit avec lequel il faut aborder le travail sur les dimensions de son profil. Un mélange de franchise (on est en cohérence avec ce qu'on dit de soi), de valorisation sans état d'âme de ses atouts (inutile d'être modeste si on est le meilleur) et d'acceptation des fragilités : « *Nobody is perfect* ».

# Je veux ma photo

Appareil numérique ou Studio Harcourt ? Quand il s'agit de se faire photographe pour illustrer les supports de sa marque personnelle, le choix est large et les limites techniques quasi inexistantes. Cette étape est essentielle, et les premiers écueils sont la fausse modestie ou la pudeur mal placée. Il faut se livrer sérieusement à l'exercice, avec la même attention minutieuse qu'on met pour écrire les 10 lignes qui parlent de soi. Ces photos sont destinées à nous suivre quelque temps : autant y consacrer l'énergie et le temps nécessaires.

## ► J'ai besoin d'une image fidèle

L'image que j'utiliserai doit me ressembler. Créer un avatar, utiliser des images retouchées, c'est très risqué : les autres risquent d'être déçus ou surpris lors de la prochaine rencontre... La franchise est une alliée : il faut s'assumer tel qu'on est et accepter le regard qui se posera sur vous. Question d'habitude : plus on est pris en photo, plus on apprend à en jouer et à apprivoiser l'objectif. Les défauts ou les imperfections physiques qui rendent réticents à l'exercice ne disparaîtront pas : ils seront sublimés par l'image dans une personnalité rassurée, renforcée.

## ► Je laisse faire les pros

Gare aux fausses bonnes idées : se prendre en photo devant sa glace ou avec l'appareil tenu à bout de bras, ça donne un résultat très amusant. Mais c'est une très mauvaise idée pour se représenter tel qu'on est. Chassez le mépris, surtout : réaliser une belle photo est difficile. Si j'ai la chance de connaître un(e) photographe confirmé(e), je m'offre ou je récompense ses services. Bannissez également la vanité mal placée : il existe d'excellents photographes de quartier. L'œil exercé détecte et met en valeur la personnalité. L'habitude de la composition et du cadrage garantit l'impression d'équilibre de l'image. Un bon relationnel décrispe le modèle photographié. Tout ça, c'est bon pour mettre en valeur ma marque personnelle.

## ► Je pense au support

La production des images est toujours en rapport avec leur destination. La photo doit être différente selon qu'elle est positionnée en haut ou en bas d'une page, à droite ou à gauche, si elle est seule ou accompagnée de texte, etc. Pour la poster ou la publier sur Internet, un fichier basse définition suffit. Pour un document imprimé, inutile d'essayer de tricher : la haute définition (\*) est obligatoire.

Ma photo illustre pleinement mes mots, mes gestes, mon projet, mes productions... Je la mets au service de ma marque, avec grand soin et sans état d'âme.

*(\*) Une image de 10X15 cm en 300 dpi est en haute définition. Une image de même taille en 75 dpi est en basse définition*

## Pro ou perso, faut-il choisir ?

«Dis donc, tu savais qu'on nous voit dans notre jardin quand on se place ici ? Il faudrait planter d'autres thuyas.» Comme les limites d'une propriété, les frontières entre vie privée et vie professionnelle se construisent, se contrôlent, se complètent, se déplacent à sa guise. La généralisation du téléphone portable a bouleversé les façons de travailler en entreprise, les modes de communication entre les individus mais aussi les comportements et les usages tolérés dans l'espace public. Ajouté à l'ordinateur fixe, puis portable, avec ses multiples fonctionnalités (bureautique, internet, vidéo, radio, information...), voire se fondant avec lui, il fragmente le temps de travail et colonise le temps privé.

Mais des barrières invisibles sont maintenues : à partir de quelle heure du soir est-il inconvenant de recevoir un appel professionnel ? Est-il incongru de maintenir le contact avec sa messagerie quand on est en vacances ? Peut-on appeler pour des motifs personnels quand on est au travail ? Les Américains ne régleront jamais un tel problème (réserver un hôtel pour les vacances, commander un billet d'avion...) en utilisant leur téléphone professionnel depuis leur "cubicle"... Ce qui ne posera aucun cas de conscience éthique à un Français, hormis celui de ne pas se faire remarquer par son supérieur hiérarchique...

L'évolution ne s'arrête pas là. Quid de la frontière entre vie privée et vie publique ? Ce qui est considéré comme strictement intime, personnel, privé, et qui n'est donc pas ouvert à tout public, englobe ma vie familiale, sociale, culturelle. Le public, c'est le reste, tout ce que je laisse en accès direct au premier quidam venu. En principe : car le développement de l'internet a de nouveau brouillé les cartes. Ainsi, je peux publier des photos, des vidéos, des textes sur la Toile, pour les partager avec mes amis. Mais qui sont mes amis ? Mes intimes ? Les gens que je connais très bien ? Bien ? Assez bien ? La navigation à travers l'espace public et privé de chacun est désormais chose facile, si l'on ne prend pas garde. D'ailleurs, où vont certains employeurs pour mieux connaître les personnes qui veulent intégrer leur entreprise ? Sur Google, Yahoo, Facebook et autre Myspace, suivant la piste de notre fameuse trace numérique.

Les outils ne nous aident pas à clarifier les choses. La frontière entre réseaux de sociabilité personnelle (MySpace, Meetic...) et les réseaux de mise en relation professionnelle (LinkedIn, Viadeo) a été effacée avec la montée en puissance de Facebook, qui joue sur les deux tableaux et qui s'ouvre aux applications aussi bien personnelles (goûts, centres d'intérêts, rencontre, chat...) que professionnelles (profil, groupes, communication, etc.). La rigueur de la présentation des parcours, des expériences le sérieux des mentions universitaires, tout cela est un peu ennuyeux, et nous avons tous envie d'en savoir plus, de trouver un peu de légèreté, voire du ludique... Au fond, est-ce que c'est si grave ?

Car si les limites entre nos sphères publiques, privées ou professionnelles s'estompent, elles peuvent se reconstituer ailleurs, dans d'autres dimensions, selon d'autres codes. Selon un principe simple : *«J'utilise la technologie autant pour me connecter que pour m'isoler»*. Ma pudeur à moi me commande en effet de soustraire à la vision des autres certains de mes actes, certaines de mes représentations de moi et voire certaines idées en utilisant tous les moyens à ma disposition. Pour cela, il me faut me plonger dans les outils de gestion de ces sites pour amener les curseurs de vie privé aux bons endroits. Ce qui est tout sauf évident.

Ce réglage privé/public et pro/perso est le résultat d'un acte réfléchi : je manage ma marque personnelle en déterminant à chaque fois ce qui est de l'ordre du personnel et ce qui construit la dimension professionnelle, ce que je peux laisser publier sans risque sur mon compte, et ce qui ne regarde personne d'autre que moi et mes intimes. Je ne laisse pas les autres (les sites, les réseaux sociaux, etc.), ni le hasard ou la nécessité décréter ce qui doit être public et ce qui peut demeurer privé. La connaissance minimum des enjeux, la manipulation pratique des applications, voilà deux bons moyens de ne pas s'en laisser compter. Ce qui, au final, peut se traduire par une grande ouverture, en phase avec la franchise qui sied à toute bonne communication sur soi.

# Ma marque<sup>©</sup> à moi



© Philippe Giraud -  
Iconvalley

**Thierry do Espirito** est le spécialiste du Marketing Personnel et de la Communication de Changement.

Consultant, conférencier, auteur, il a publié le livre **“*La communication de changement*”**, aux Editions du CFPJ.

Il est le créateur et l'animateur du blog **“*L'Atelier Ted et Eux*”**.

Fondateur et dirigeant de TdE Consultants, il réalise des missions de conseil pour des grands comptes de l'industrie et des services et pour des managers, cadres et indépendants.

Maître de conférences à Sciences Po Paris, passionné d'histoire, il met les faits historiques au service de l'analyse et de la compréhension de la réalité d'aujourd'hui.